苏宁电器股份有限公司

证券代码:002024 证券简称:苏宁电器 公告编号:2011-040

2011 半年度报告摘要

§1 重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性负个别及连带责任。

本半年度报告摘要摘自半年度报告全文,报告全文同时刊载于巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)。投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读半年度报告全文。

1.2 公司半年度财务报告未经会计师事务所审计。

1.3 公司负责人张近东先生、主管会计工作负责人朱华女士及会计机构负责人肖忠祥先生声明:保证半年度报告中财务报告的真实、完整。

§2 上市公司基本情况

2.1 基本情况简介

股票简称	苏宁电器	
股票代码	002024	
上市证券交易所	深圳证券交易所	
	董事会秘书	证券事务代表
姓名	任峻	韩枫
电话	025-84418888-888155	025-84418888-888122
联系地址	江苏省南京市玄武区苏宁大道1号	
传真	025-84418888-888000-888480	
电子信箱	stock@cnsuning.com	

2.2 主要财务数据和指标

2.2.1 主要会计数据和财务指标

单位:千元

	2011年6月30日	2010年12月31日	本报告期末比上年度期末增减(%)
总资产	46,618,451	43,907,382	6.17%
归属于上市公司股东的所有者权益	20,202,140	18,338,189	10.16%
股本	6,996,212	6,996,212	0.00%
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	2.89	2.62	10.31%
	2011年1-6月	2010年1-6月	本报告期比上年同期增减(%)
营业总收入	44,231,159	36,054,685	22.68%
营业利润	3,396,127	2,643,712	28.46%
利润总额	3,370,322	2,632,776	28.01%
归属于上市公司股东的净利润	2,474,454	1,973,330	25.39%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	2,493,994	1,981,846	25.84%
基本每股收益(元/股)	0.35	0.28	25.00%
稀释每股收益(元/股)	0.35	0.28	25.00%
加权平均净资产收益率(%)	12.72%	12.77%	-0.05%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	12.82%	12.72%	0.10%
经营活动产生的现金流量净额	271,773	-636,683	142.69%
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	0.04	-0.09	144.44%

注:1、上述数据以公司合并报表数据填列;
2、上述基本每股收益、稀释每股收益、净资产收益率等指标以归属于上市公司股东的数据填列。

2.2.2 非经常性损益项目

√ 适用 □ 不适用

单位:千元

非经常性损益项目	金额	附注(如适用)
非流动资产处置损益	-1,168	
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	11,062	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-35,698	
所得税影响额	6,155	
少数股东权益影响额	109	
合计	-19,540	

2.2.3 境内外会计准则差异

□ 适用 √ 不适用

§3 股本变动及股东情况

3.1 股份变动情况表

√ 适用 □ 不适用

单位:股

	本次变动前		本次变动增减(+,-)						本次变动后	
	数量	比例%	发行新股	送股	公积金转股	其他	小计		数量	比例%
一、有限售条件股份	1,554,123,353	22.21					-		1,554,123,353	22.21
1.国家持股										
2.国有法人持股										
3.其他内资持股	26,162,790	0.37					-		26,162,790	0.37
其中:境内非国有法人持股										
境内自然人持股	26,162,790	0.37							26,162,790	0.37
4.外资持股							-			
其中:境外法人持股										
境外自然人持股										
5.高管股份(注1)	1,527,960,563	21.84							1,527,960,563	21.84
二、无限售条件股份	5,442,088,513	77.79					-		5,442,088,513	77.79
1.人民币普通股	5,442,088,513	77.79					-		5,442,088,513	77.79
2.境内上市的外资股										
3.境外上市的外资股										
4.其他										
三、股份总数	6,996,211,866	100.00					-		6,996,211,866	100.00

注1:董事、监事、高管所持股份按照国家相关法律法规及规范性文件规定予以锁定。

3.2 前10名股东、前10名无限售条件股东持股情况表

单位:股

股东总数	269,941

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
张近东	境内自然人	27.90%	1,951,811,430	1,463,858,573	0
苏宁电器集团有限公司	境内非国有法人	13.47%	942,093,549	0	0
陈金凤	境内自然人	2.80%	196,132,370	0	0
金明	境内自然人	1.72%	120,353,040	90,264,780	0
中国建设银行-银华核心价值优选股票型证券投资基金	境内非国有法人	1.43%	99,999,979	0	未知
中国工商银行-广发聚丰股票型证券投资基金	境内非国有法人	1.29%	90,330,130	0	未知
UBS AG	境外法人	0.91%	63,766,737	0	未知
交通银行-富国天益价值证券投资基金	境内非国有法人	0.84%	58,550,000	0	未知
蒋勇	境内自然人	0.80%	56,247,080	0	0
中国银行-易方达深证100交易型开放式指数证券投资基金	境内非国有法人	0.78%	54,250,081	0	未知

前10名无限售条件股东持股情况

股东名称	持有无限售条件股份数量	股份种类
苏宁电器集团有限公司	942,093,549	人民币普通股
张近东	487,952,857	人民币普通股
陈金凤	196,132,370	人民币普通股
中国建设银行-银华核心价值优选股票型证券投资基金	99,999,979	人民币普通股
中国工商银行-广发聚丰股票型证券投资基金	90,330,130	人民币普通股
UBS AG	63,766,737	人民币普通股
交通银行-富国天益价值证券投资基金	58,550,000	人民币普通股
蒋勇	56,247,080	人民币普通股
中国银行-易方达深证100交易型开放式指数证券投资基金	54,250,081	人民币普通股
中国农业银行-大成创新成长混合型证券投资基金(LOF)	54,124,067	人民币普通股

上述股东关联关系或一致行动的说明	1.公司股东及实际控制人张近东先生持有苏宁电器集团有限公司28%的股权。张近东先生和苏宁电器集团有限公司构成关联股东的关系。 2.除前述关联关系外,未知公司前十名主要股东、前十名无限售条件股东之间是否存在其他关联关系,也未知是否存在《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。

3.3 控股股东及实际控制人变更情况

□ 适用 √ 不适用

§4 董事、监事和高级管理人员情况

4.1 董事、监事和高级管理人员持股变动

□ 适用 √ 不适用

§5 董事会报告

5.1 公司管理层讨论与分析

2011年是苏宁新十年规划的开局之年。上半年,在国家激励政策的持续推动下,家电产品结构升级,农村市场消费稳定增长,但由于宏观经济调控、季节性因素的作用,消费市场相应受到一些影响,整体来看,家电市场仍然保持了平稳增长。

报告期内,苏宁围绕十年长远发展所需的基础平台夯实工作持续开展;物流方面,加快推进物流基地选址、建设,着重提升小件商品配送服务能力;信息方面,在加强ERP系统的基础上,进一步强化在职IT能力;人力资源方面,持续目主人才引进培养,1200工程、店长储备计划、社会专业人才引进计划同步实施,薪酬、奖励、激励体系不断完善;连锁发展方面,加快二三线市场网络布局,推进渠道下沉;营销创新方面,多渠道格局基本完成,差异化采购、自营销售等营销变革举措取得阶段性成效,为公司长期持续发展奠定坚实的基础。

综上,2011年1-6月,公司实现营业总收入442.31亿元,其中主营业务收入436.39亿元,比上年同期分别增长22.68%、22.95%;实现营业利润33.96亿元、利润总额33.70亿元,归属于上市公司股东的净利润24.74亿元,分别比上年同期增长了28.46%、28.01%、25.39%,继续保持持续稳健的发展。

(一)行业状况分析

2011年上半年,由于宏观经济调控、季节性因素作用,消费市场相应受到一些影响,家电行业增速趋于平稳,但整体来看,中国家电行业整体继续保持可持续的增长状态。据北京中怡康时代市场研究有限公司《CMM数据显示,报告期内中国家电市场销售规模达6,123亿元,较2010年上半年增长了12.8%。

(二)连锁发展情况

1.连锁发展基本情况

①大陆市场

① 报告期内,公司新进地级以上城市10个、新开连锁店152家(其中常规店134家、精品店2家、县镇店16家),置换/关闭连锁店12家,净增加连锁店140家。

②报告期内,公司按照"粗、建、并、购"的综合开发策略,分别在牡丹江、北京、抚顺、厦门、重庆、沈阳的核心商圈新增购置面积5个,以合作开发模式实施的成都、青岛目建店项目也于报告期内成功开业。截止报告期末,公司共拥有自有物业连锁店31个(其中两家连锁店尚未开业)。

③ 截至2011年6月30日,公司已在全国243个地级以上城市拥有连锁店共计1,451家,其中常规店1,311家、精品店12家、县镇店128家,连锁店面积合计达546.03万平方米,比上年同期增长24.96%;报告期内,公司继续加快推进三、四级市场的开发,大陆地区平均单店面积同比下降7.43%至3,763平方米。

②港澳市场

报告期内,公司进一步加速国际市场连锁网络拓展,在香港地区新开连锁店5家,并协助LAOX在日本北海道新开连锁店1家。截至报告期末,公司在香港地区拥有连锁店28家,LAOX在东京、大阪、北海道地区拥有连锁店9家。

综上,截止报告期末,公司在中国大陆、香港地区、日本市场共拥有连锁店1,488家。

2.连锁店经营质量分析

报告期内,家电行业增速略有放缓,公司可比店面(指2010年1月1日当日及之前开设的店面)销售收入同比上升3.14%。

(三)经营结果及原因分析:

1.经营结果及原因说明

单位(千元)

项目	2011年1-6月	2010年1-6月	增减额	增减率(%)
营业总收入	44,231,159	36,054,685	8,176,474	22.68%
营业成本	35,984,971	29,905,321	6,079,650	20.33%
销售费用	3,970,584	3,050,503	920,081	30.16%
管理费用	855,847	523,697	332,150	63.42%
财务收入—净额	236,067	195,006	41,061	21.06%
资业利润	3,396,127	2,643,712	752,415	28.46%
利润总额	3,370,322	2,632,776	737,546	28.01%
归属于上市公司股东的净利润	2,474,454	1,973,330	501,124	25.39%
经营活动产生的现金流量净额	271,773	-636,683	908,456	142.69%

①营业收入变化情况:

报告期内,公司线上线下销售同步推进,终端销售和服务能力的培养和储备进一步加强,营业收入继续保持持续稳定增长,实现营业总收入比上年同期增长22.68%,其中主营业务收入同比增长22.95%。

②毛利率变化情况:

项目	2011年1-6月	2010年1-6月	增减变化
主营业务毛利率(%)	17.72	15.90	增加1.82个百分点
其他业务率(%)	1.18	1.43	降低0.25个百分点
综合毛利率(%)	18.90	17.33	增加1.57个百分点

报告期内,公司与供应商合作关系更加紧密,供应链资源进一步整合,采购合同政策较上年同期有所提升;传统家电产品随着定制、包销、OEM等采购手段深入推进,品类毛利稳步提升;3C产品随着规模的增加,以及采用了较为多样化的单品运作模式,毛利率也有所提高。综上,报告期内公司综合毛利率水平同比增加1.57个百分点。

③三项费用率变化情况:

项目	2011年1-6月	2010年1-6月	增减变化
销售费用率	9.10%	8.59%	增加0.51个百分点
管理费用率	1.96%	1.48%	增加0.48个百分点
财务费用率	-0.54%	-0.55%	增加0.01个百分点
三项费用率	10.52%	9.52%	增加1.00个百分点

■ 报告期内,公司连锁网络规模进一步扩大,受物价上涨因素影响,新开店成本上升;实施一系列薪酬调整举措提升人均薪资水平,并提前储备较多人员,由此带来人员费用增长较快;优化组合广告媒体,推进针对性营销,广告投放规模效应逐步体现,使得广告促销费有所节约;在公司内持续推行厉行节约,水电开支有所下降。徐庄总部投入使用,处于磨合期,相关费用支出相对增加。

综上,报告期内,公司管理费用率、销售费用率同比上升了0.99个百分点;

■ 报告期内,公司继续通过合理制定资金计划,提高资金使用效率,并进一步加强银企合作,同时较多采用银行承兑汇票的方式支付供应商货款,相应的银行货币资金规模增大,带来资金利息收入有所增加。财务费用率与上年同期基本持平。

④归属于上市公司股东的净利润变化情况:

鉴于上述①-③项,报告期内,公司综合经营质量继续保持相对稳定的增长,实现归属于上市公司股东的净利润同比增长25.39%。

5.2 主营业务分行业、产品情况表

单位:千元

主营业务分行业情况					
分行业或分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年同期增减(%)	营业成本比上年同期增减(%)	毛利率比上年同期增减(%)
综合电器的销售和服务	43,639,261	35,904,510	17.72%	22.95%	20.28%	上升1.82个百分点
主营业务分产品情况						
彩电、音像、碟机	10,388,186	8,257,856	20.51%	8.04%	4.48%	上升2.71个百分点
数码及IT产品	7,871,912	7,197,861	8.56%	40.37%	37.82%	上升1.69个百分点
冰箱、洗衣机	7,418,144	5,737,331	22.66%	16.68%	11.22%	上升3.80个百分点
空调器	6,451,566	5,156,550	20.07%	31.58%	28.12%	上升2.16个百分点
通讯	5,806,507	5,166,133	11.03%	46.15%	43.96%	上升1.35个百分点
生活电器、厨卫电器	5,084,871	3,924,806	22.81%	12.44%	7.69%	上升3.40个百分点
安装维修业务	488,971	341,427	30.17%	34.86%	60.31%	下降11.09个百分点
其他	129,104	122,546	5.08%	-15.68%	28.37%	下降32..57个百分点
合计	43,639,261	35,904,510	17.72%	22.95%	20.28%	上升1.82个百分点

其中:报告期内公司向控股股东及其子公司销售产品或提供劳务的关联交易总额为0元。

5.3 主营业务分地区情况

单位:千元

地区	营业收入	营业收入比上年增减(%)
华东一区	10,744,312	30.99%
华东二区	7,323,007	12.44%
华北地区	6,669,162	18.20%
华南地区	6,543,793	16.35%
西南地区	4,867,115	32.63%
东北地区	2,387,124	17.50%
华中地区	2,518,414	25.65%
西北地区	1,979,928	31.26%
香港地区	606,406	102.67%
合计	43,639,261	22.95%

5.4 主营业务及其结构发生重大变化的原因说明

□ 适用 √ 不适用

5.5 主营业务盈利能力(毛利率)与上年相比发生重大变化的原因说明

□ 适用 √ 不适用

5.6 利润构成与上年度相比发生重大变化的原因分析

√ 适用 □ 不适用

■ 产品销售及毛利率变动整体情况

公司贯彻产品、区域多元化发展策略,各品类产品、各区域继续保持综合平衡的发展,有效抵御单一经营风险。同时,随着与供应商的进一步紧密合作,以及公司OEM、定制、包销等采购手段的深入推进,产品毛利率较上年同期提升1.82个百分点。

而3C产品(通讯、电脑、数码、OA办公)经过多年培育,公司对产品的把握能力进一步加强,单品运作能力稳步提升;与此同时,随着产品销售规模的进一步扩大,公司与全球性3C产品供应商的合作关系进一步深入、优化,报告期内实现3C产品销售收入以及盈利能力的快速增长。

■ 分品类产品销售及毛利率变动情况如下:

△ 通讯产品

智能手机普及化程度快速提高,通讯产品升级换代频率加快;同时,公司进一步加强单品研究、深化与三大运营商的战略合作、整合供应商、运营商、零售商三方资源,推进独家首销、深度包销等,公司通讯产品的终端销售能力持续提升。报告期内,通讯产品的销售、毛利同比实现较快增长。

△ 数码、IT产品

上半年,依据新技术应用、平板电脑、一体机等新产品推出,电脑市场发展迅速,凭借规范运作和专业化服务,家电连锁渠道认可度进一步提高,电脑销售保持较快增长,同比增速达55%。同时公司持续优化与供应商的直供合作,注重产品差异化,供应商支持力度进一步加强,产品毛利率水平提升。

受3月份日本地震影响,中高端数码产品无其是单反相机,资源出现了一定的紧张,一定程度上影响了公司数码产品的销售;公司通过推出"影像视界"(Image Vision)数码旗舰体验中心,加强消费者的购物体验,促进产品销售提升。5月份中下旬,货源逐步稳定,公司也加强单品运作,实施首销、包销模式,销售明显改善提升。

△ 空调、冰洗产品

报告期内,"以旧换新"、"能效补贴"政策继续实施,公司还积极推进三、四级市场连锁网络拓展,借助"家电下乡"政策有效扩大市场增量,产品技术升级趋势明显,变频空调产品市场占比进一步提升,逐步成为市场主流产品,冰洗产品也更为注重容量、能效、外观升级等,空调、冰洗产品保持了稳定的增长;随着定制、包销、OEM等差异化采购模式持续深化推进,产品毛利率水平进一步提升。

△ 生活电器、厨卫电器

报告期内,国家加大了房地产市场调控,厨卫产品销售受到一定影响;随着居民消费生活品质的提升,小家电等生活电器产品需求平稳增长。公司进一步丰富该类产品品类,优化销售结构,加大空调、包销产品的采购,销售保持稳定增长,毛利水平持续提高。

随着生活品质的提升,以及满足消费者更多需求,涵盖生活各环节的新型产品的不断推出,部分中高端及提升生活品质的小家电产品呈现了良好的发展趋势。公司将继续围绕供应链整合、商品规划、产品采购,终端客户体验等各方面,提升产品运营能力。

△ 彩电产品

上半年,彩电市场产品升级换代边际效应阶段放缓,整体增长幅度有所减缓,从产品结构上看,3D电视产品市场份额提升迅速,LED液晶电视产品销售占比稳步扩大,但报告期内彩电市场整体竞争较为激烈,带来平均单价有所下降,彩电销售增长平稳。

三、四级市场平板电视渗透率仍有较大提升空间,同时彩电行业的产品更新换代仍将继续,3D电视、智能电视等多方面的技术和应用革新将成为行业增长的主要动因。随着新产品不断得到市场的认可,相信彩电市场将继续保持稳定增长。

5.8 募集资金使用情况

5.8.1 募集资金使用情况对照表

√ 适用 □ 不适用

单位:千元

1.2006年非公开发行股票募集资金报告期内使用情况

募集资金总额	1,195,020.0	报告期内投入募集资金总额	356.9
变更用途的募集资金总额	0	已累计投入募集资金总额	1,194,178.6
变更用途的募集资金总额比例	0%		

承诺投资项目	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额	截至期末承诺投入金额(1)	报告期内投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末累计投入金额与承诺投入金额的差额(3)=(2)-(1)	截至期末投入进度(%)(4)=(2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	报告期内实现的效益(以利润总额计算)	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
100家连锁店发展项目	否	500,000.0	500,000.0	500,000.0	-	500,000.0	-	100.0	2010	138,269.2	是(注1)	否
江苏物流中心项目	否	153,100.0	153,100.0	153,100.0	356.9	152,258.6	(841.4)	99.5	2008	-	不适用(注2)	否
信息中心项目	否	131,719.0	131,719.0	131,719.0	-	131,719.0	-	100.0	2009	-	不适用(注3)	否
补充流动资金	否	410,201.0	410,201.0	410,201.0	-	410,201.0	-	100.0	-	-	-	-
合计	-	1,195,020.0	1,195,020.0	1,195,020.0	356.9	1,194,178.6	(841.4)	99.9	-	138,269.2	-	-

未达到计划进度或预计收益的情况和原因(分具体项目)	江苏物流中心已于2008年投入使用,未投入的募集资金为尚未支付的工程款与质保金。
项目可行性发生重大变化的情况说明	无
超募资金的金额、用途及使用进展	经本公司第二届董事会第二十五次会议通过的《关于公司2006年非公开发行股票方案的议案》并经公司2006年第一次临时股东大会决议通过:本次非公开发行股票募集的现金超过募集资金项目计划使用募集资金投入的部分用于补充本公司的流动资金,不足部分由本公司自筹解决。本公司此次非公开发行股票募集的现金超过项目计划使用募集资金投入部分合计41,020.10万元,已用于补充流动资金。
募集资金投资项目实施地点变更情况	无
募集资金投资项目实施方式调整情况	无
募集资金投资项目先期投入及置换情况	无
用闲置募集资金暂时补充流动资金情况	无
项目实施出现募集资金结余的金额及原因	无
尚未使用的募集资金用途及去向	公司尚未使用的募集资金存放于公司专户中,将用于江苏物流中心项目。
募集资金使用及披露中存在的问题或其他情况	无

注1:截至2011年6月30日止,100家连锁店发展项目已全部实施完毕,使用募集资金投入开设78家。在已开设的店面中,部分已开设店面经营没有达到非公开发行上市公告书判定年限-正常年(开业后第三年)。随着项目实施的推进,已开设连锁店进入成熟稳定期,经营效益逐步提高,该项目效益情况将体现。

根据100家连锁店发展项目开业时间计算,共有78家店面在2011年上半年达到开业后第三年,由于年末公司对部分租金成本较高、选址欠佳、商圈发生转移的店面加大了调整力度,在前述75家店面中公司调整关闭了13家,因此截至到报告期末实际共有62家连锁店经营达到上市公告书判定年限-正常年(开业后第三年)。该62家连锁店预计正常年实现销售收入523,900万元(含税),平均计算上半年应实现销售收入261,950万元(含税),该62家连锁店2011年1-6月实际实现销售收入283,667.12万元(含税)。

注2:江苏物流中心项目不直接产生经济收入,故无法单独核算效益;江苏物流中心项目的效益主要体现在:其建成后有助于公司的区域物流整合,在有效保障货源的前提下加快库存周转率,有效节约人力成本和租赁费用,提高作业效率,进一步提升公司的配送服务质量和品牌形象。

注3:信息中心项目不直接产生经济收入,故无法单独核算效益;信息中心的效益主要体现在:其建成后能够有力支撑公司未来连锁业务的拓展,加强公司的系统数据处理能力和安全运行能力,进一步提高企业的管理水平和信息化应用能力,有利于企业的长期持续稳定发展。

2.2007年非公开发行股票募集资金报告期内使用情况

募集资金总额	2,420,055.5	报告期内投入募集资金总额	346,983.4
变更用途的募集资金总额	0.0	已累计投入募集资金总额	2,127,349.6
变更用途的募集资金总额比例	0%		

承诺投资项目	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额	截至期末承诺投入金额(1)	报告期内投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末累计投入金额与承诺投入金额的差额(3)=(2)-(1)	截至期末投入进度(%)(4)=(2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	报告期内实现的效益(以利润总额计算)	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
250家连锁店发展项目	否	1,500,000.0	1,500,000.0	1,500,000.0	323,320.1	1,238,084.6	(261,915.4)	82.5	2011	125,117.0	不适用(注5)	否
沈阳物流中心项目	否	143,483.7	143,483.7	143,483.7	23,663.3	112,693.2	(30,790.5)	78.5	2010	-	不适用(注6)	否
武汉中南医药店购置项目	否	233,867.7	233,867.7	233,867.7	-	233,867.7	-	100	2007	8,275.2	否(注7)	否
上海浦东医药店购置项目	否	576,208.7	542,704.1(注4)	542,704.1	-	542,704.1	-	100	2007	13,339.9		否
合计		2,453,560.1	2,420,055.5	2,420,055.5	346,983.4	2,127,349.6	(292,705.9)	87.9	-	146,732.1	-	-

未达到计划进度或预计收益的情况和原因(分具体项目)	1.截至2011年6月30日,公司250连锁店发展项目已开设247家连锁店,已使用募集资金投入232家连锁店,其余正在办理投入手续,公司加大开发力度,预计在2011年内实施完成该项目。 2.沈阳物流中心已于2010年投入使用,未投入募集资金为待支付的工程款以及质保金。
项目可行性发生重大变化的情况说明	无
超募资金的金额、用途及使用进展情况	无
募集资金投资项目实施地点变更情况	注12
募集资金投资项目实施方式调整情况	无
募集资金投资项目先期投入及置换情况	无
用闲置募集资金暂时补充流动资金情况	无
项目实施出现募集资金结余的金额及原因	无
尚未使用的募集资金用途及去向	公司尚未使用的募集资金存放于公司专户中,其中为提高资金使用效率,将闲置的募集资金及利息7.50亿元以定期存单的方式存放,不存在存单抵押、质押及其他所有权、使用权受到限制的情况。
募集资金使用及披露中存在的问题或其他情况	无

注4:2007年非公开发行股票募集的资金低于募集资金原承诺金额的3,350.46万元已经调整上海浦东旗舰店购置项目的投资总额。

注5:250家连锁店项目尚未全部实施完毕,且连锁店均在2007年之后开设,经营没有达到非公开发行上市公告书判定年限-正常年(开业后第三年)。随着项目实施的推进,已开设连锁店进入成熟稳定期,经营效益逐步提高,该项目效益情况将体现。

注6:沈阳物流中心项目不直接产生经济效益,但沈阳物流中心建成后有助于公司的东北区域物流整合,在有效保障货源的前提下加快库存周转率,有效节约人力成本和租赁费用,提高作业效率,进一步提升公司的配送服务质量和品牌形象。

注7:武汉中南旗舰店购置项目、上海浦东旗舰店购置项目在2010年达到上市公告书判定年限-正常年(开业后第三年),两店预计正常年分别实现人民币3.5(亿元(含税)),人民币7.5(亿元(含税))的销售规模,若平均计算半年应分别实现销售收入1.75(亿元(含税)),3.75(亿元(含税)),武汉中南旗舰店上半年实际实现销售收入11,509.62万元,上海浦东旗舰店上半年实际实现销售收入19,606.56万元(含税),相信随着两家连锁店的逐步成熟,市场影响力进一步提升,效益水平将会更好的体现。

上述两家连锁店的购置,能够有效地保障公司店面经营的持续性和稳定性,并且在商业物业租金水平不断上涨的市场环境下,以购置方式提前锁定物业成本,有助于公司降低店面运营成本。武汉中南店和上海浦东旗舰店的开设,对公司在当地的连锁发展起到了一锤定音的效果。两家旗舰店开设后,在店面布局、店面形象、购物环境、消费动线、店面服务以及购物流程等方面不断进行探索完善,销售收入逐年提升,两家连锁店的单店销售额均已跨身当地市场的前列,有力的提升了消费者对公司的认知度与公司的品牌美誉度,增强了公司的市场竞争力,扩大了公司的市场份额。相较于原先较为积极的销售收入预计金额,两家连锁店的销售收入完成率尚有一定的差距。我们相信,通过进一步增强商品规划,丰富产品类别以及加强宣传推广等措施,两家门店的销售收入在未来的2-3年进一步提升,以达到预期。

3.2009年非公开发行股票募集资金报告期内使用情况

募集资金总额	3,000,000(注8)	报告期内投入募集资金总额	914,396.0
变更用途的募集资金总额	0.0	已累计投入募集资金总额	1,888,918.7
变更用途的募集资金总额比例	0%		

承诺投资项目	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额	截至期末承诺投入金额(1)	报告期内投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末累计投入金额与承诺投入金额的差额(3)=(2)-(1)	截至期末投入进度(%)(4)=(2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	报告期内实现的效益(以利润总额计算)	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
250家连锁店发展项目	否	1,400,000.0	1,400,000.0	734,726.7	493,515.0	734,726.7	-	100	2011	58,604.79	不适用注9	否
成都物流中心建设项目	否	151,980.8	151,980.8	115,698.4	67,517.7	115,698.4	-	100	2011	-	不适用(注10)	否
无锡物流中心建设项目	否	152,469.9	152,469.9	121,324.0	52,421.9	121,324.0	-	100	2011			否
重庆物流中心建设项目	否	166,697.0	166,697.0	108,225.4	45,291.9	108,225.4	-	100	2012			否
天津物流中心建设项目	否	158,008.0	158,008.0	65,950.9	18,640.3	65,950.9	-	100	2011			否
徐州物流中心建设项目	否	113,994.0	113,994.0	20,978.2	826.5	20,978.2	-	100	2012			否
北京物流中心建设二期项目	否	267,208.0	267,208.0	132,372.8	39,977.3	132,372.8	-	100	2012			否
补充流动资金项目	否	390,000.0	390,000.0	390,000.0	196,205.4	390,000.0	-	100	2011	-	不适用(注11)	否
超募募集资金补充公司流动资金	-	199,642.3	199,642.3	199,642.3	-	199,642.3		100				
合计		3,000,000.0	3,000,000.0	1,888,918.7	914,396.0	1,888,918.7	-	100	-	58,604.79		-

未达到计划进度或预计收益的情况和原因(分具体项目)	无
项目可行性发生重大变化的情况说明	无
超募资金的金额、用途及使用进展情况	经公司2009年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司2009年非公开发行股票方案的议案》,本次非公开发行股票实际募集资金超过募集资金项目计划使用募集资金投入的部分,将用于补充公司营运资金,不足部分将由公司自筹解决。公司2009年非公开发行募集资金超过项目计划使用募集资金199,642,295.45元,已于2010年补充公司营运资金。
募集资金投资项目实施地点变更情况	注12
募集资金投资项目实施方式调整情况	无
募集资金投资项目先期投入及置换情况	无
用闲置募集资金暂时补充流动资金情况	无
项目实施出现募集资金结余的金额及原因	无
尚未使用的募集资金用途及去向	公司尚未使用的募集资金存放于公司专户中,其中为提高资金使用效率,将闲置的募集资金及利息7.50亿元以定期存单的方式存放,不存在存单抵押、质押及其他所有权、使用权受到限制的情况。
募集资金使用及披露中存在的问题或其他情况	无

注8:扣除发行费用后,公司2009年非公开发行募集资金总额为2,999,999,995.45元,另尚余30.03万元的发行费用未支付。

注9:250家连锁店项目尚未全部实施完毕,且连锁店均在2009年及以后开设,经营没有达到非公开发行上市公告书判定年限-正常年(开业后第三年)。随着项目实施的推进,已开设连锁店进入成熟稳定期,经营效益逐步提高,该项目效益情况将会进一步体现。

注10:成都物流、无锡物流等六个物流中心项目尚处于建设期,不产生经济效益;物流中心的建成后有助于本公司全国各地区的物流整合,在有效保障货源的前提下加快库存周转率,有效节约人力成本和租赁费用,提高作业效率,进一步提升本公司的配送服务质量和品牌形象。

注11:补充流动资金项目募集资金将主要用于扩大公司定制包销、OEM、差异化产品比例,能够有效加强公司单品管理能力,从而有助于毛利率水平的提升;同时募集资金还将用于对供应商谈季生产和旺季备货的资金支持,进一步提升与供应商的合作关系,优化供应链管理,实现双方合作共赢。

注12:为提高募集资金的使用效率,加快连锁店发展项目的实施进度,结合公司连锁发展规划,公司分别于2011年1月31日、2011年4月29日,召开第四届董事会第八次会议,第四届董事会第十二次会议,审议通过《关于连锁店发展项目中部分连锁店实施地点变更的议案》。根据董事会决议,分别对2007年、2009年非公开发行募集资金项目之一的250家连锁店发展项目中合计71家连锁店的实施地点进行变更;前述连锁店实施地点变更后,原连锁店发展项目的投资方案不变,不会对项目的实施进度和盈利水平产生不利的影响,而通过本次调整,募集资金使用效率得到有效保证。

5.8.2 变更募集资金投资项目情况表

□ 适用 √ 不适用

5.9 董事会下半年的经营计划修改计划

□ 适用 √ 不适用

5.10 对2011年1-9月经营业绩的预计

2011年1-9月预计的经营业绩	归属于上市公司股东的净利润比上年同期增长20%-30%	
2010年1-9月经营业绩	归属于上市公司股东的净利润(千元):	2,827,786
业绩变动的原因说明	由于